

E-Commerce im Umbruch

Austrian Internet Monitor-Business: Wieder Trend zu kostenlosen Leistungen

Auch im wirtschaftlich turbulenten Jahr 2009 schritt das Wachstum des E-Commerce unaufhaltsam voran. Konsumenten wie Unternehmen nutzen verstärkt das bequeme Einkaufen per Mausclick. Unterdessen berichten die Medien über diverse Anbieter, welche aus ihren Online-Services unter dem Stichwort „Paid Content“ zukünftig Kapital schlagen wollen. Diese laufen jedoch dem allgemeinen Trend entgegen: ein Ausbau der kostenlosen Services ist angesagt, während sich der E-Commerce-Markt anbieterseitig konsolidiert.

Aktuell bieten laut Austrian Internet Monitor Business 16% aller österreichischen Unternehmen kostenpflichtige Leistungen über ihre Website an. Das bedeutet gegenüber 2008 einen Rückgang, während online-Gratisleistungen im selben Zeitraum von 26 auf 30% gestiegen sind.

Im Herbst 2008, als die Verunsicherung über die wirtschaftliche Entwicklung am größten war, gab es also ambitionierte Vorhaben zur Umsatzsteigerung über das Online-Geschäft. Nun, da sich die Lage langsam wieder zu entspannen beginnt, hat sich der Markt konsolidiert; im Westentlichen bleiben die etablierten Anbieter bestehen. Gleichzeitig hat man entdeckt, dass kostenlose Services via Internet die Anbahnung von Neugeschäften unterstützen, und selbige entsprechend ausgebaut.

Dass der österreichische E-Commerce-Markt noch recht traditionell geprägt ist, zeigt sich auch an den angebotenen Zahlungsmöglichkeiten: die Barzahlung führt vor Erlagscheinen und Nachnahme, während die Kreditkarte erst auf dem sechsten Platz landet.

Nach dieser Phase des Rückgangs gibt es aber wieder Optimismus für die Zukunft. Die Anbieter erwarten für das Jahr 2010 ein Umsatzplus von 12%. Auch die Zahl an potenziellen Anbietern ist im Steigen: so geben 14% aller Unternehmen an, derzeit keine Leistungen über die Website zu verkaufen, dies aber künftig zu beabsichtigen.

Diese und weitere Informationen finden sich in der aktuellen Ausgabe des Austrian Internet Monitor-Business (AIM-B). Der AIM-Business wird seit April 2000 vom Markt- und Meinungsforschungsinstitut INTEGRAL in halbjährlichen Abständen repräsentativ für die österreichischen Unternehmen durchgeführt. Die Stichprobe beträgt 1.500 Interviews im Jahr bzw. 750 Interviews pro Welle. Der AIM-Business ist die österreichische Grundlagenstudie zu IT und Telekommunikation im Unternehmensbereich und liefert grundlegende Unternehmensdaten zur Telekommunikations-Ausstattung im Allgemeinen und Internetnutzung im Speziellen.

Für Rückfragen stehen Ihnen Dr. Bertram Barth und Sandra Cerny, INTEGRAL Markt- u. Meinungsforschung, zur Verfügung.

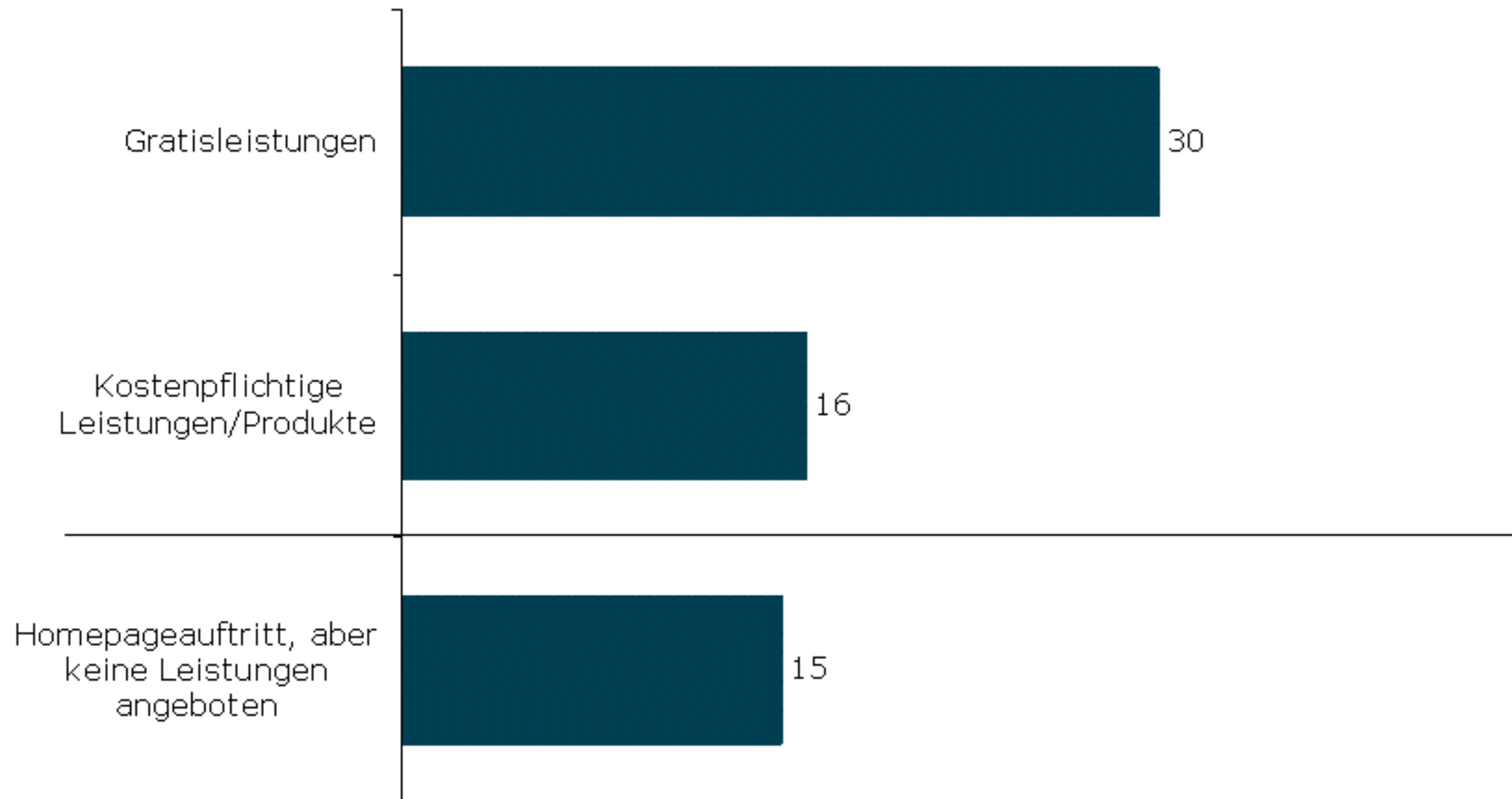
www.integral.co.at; [Anfragen an fragen@integral.co.at](mailto:anfragen@integral.co.at), Tel.Nr.: +43-(0)1-799 19 94

Direkter Verkauf über die Homepage

Welche der folgenden Arten von Produkten und Dienstleistungen bieten Sie auf Ihrer Homepage an?

Frage 33

Basis: Alle Unternehmen



Gestützte Abfrage (Mehrfachantworten möglich)

Angaben in Prozent (%)